

KUALITI PERKHIDMATAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
DALAM PERBANKAN ISLAM DI NEGERI KEDAH

MOHD FAUZWADI BIN MAT ALI

UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

2004

**KUALITI PERKHIDMATAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
DALAM PERBANKAN ISLAM DI NEGERI KEDAH**

Kertas projek ini dikemukakan kepada Fakulti Pengurusan Perniagaan  
sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan ijazah

**Sarjana Sains (Pengurusan)**

**Universiti Utara Malaysia**

Disediakan oleh:

**MOHD FAUZWADI BIN MAT ALI**



Fakulti Pengurusan Pemiagaan  
(Faculty of Business Management)  
Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA KERTAS PROJEK  
(Certification of Project Paper)

Saya, yang bertandatangan, memperakukan bahawa  
(I, the undersigned, certify that)

**MOHD. FAUZWADI BIN MAT ALI**

calon untuk Ijazah  
(candidate for the degree of)

**SARJANA SAINS (PENGURUSAN)**

telah mengemukakan kertas projek yang bertajuk  
(has presented his/her project paper of the following title)

**KUALITI PERKHIDMATAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

**DALAM PERBANKAN ISLAM DI NEGERI KEDAH**

Seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit kertas projek  
(as it appears on the title page and front cover of project paper)

bahawa kertas projek tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan.  
(that the project paper acceptable in form and content and that a satisfactory knowledge of the field is covered by the project paper).

Nama Penyelia  
(Name of Supervisor)

: **PROF. MADYA DR. ABU BAKAR HAMED**

Tandatangan  
(Signature)

:

Tarikh  
(Date)

: **31.5.2004**

## **KEBENARAN MERUJUK KERTAS PROJEK**

Kertas projek ini dikemukakan sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan pegijazahan program Sarjana Sains (Pengurusan). Saya bersetuju membenarkan pihak perpustakaan Universiti Utara Malaysia menjadikan kertas ini sebagai bahan rujukan. Saya juga bersetuju membenarkan sebarang bentuk salinan samada secara keseluruhan atau sebahagian daripada kertas projek ini untuk tujuan akademik dengan mendapatkan kebenaran penyelia kertas projek atau Dekan Fakulti Pengurusan Perniagaan. Sebarang bentuk salinan atau sebahagian bagi tujuan komersil tidak dibenarkan sama sekali tanpa kebenaran daripada penyelidik. Di samping itu, pernyataan rujukan kepada penyelidik dan Universiti Utara Malaysia perlu dinyatakan dalam penggunaan sebarang bentuk bahan-bahan yang terdapat di dalam kertas projek ini. Permohonan bagi mendapatkan kebenaran untuk membuat salinan atau menggunakan secara keseluruhan atau sebahagian kertas projek ini boleh dibuat dengan menulis kepada :

Dekan,  
Fakulti Pengurusan Perniagaan,  
Universiti Utara Malaysia,  
06010 Sintok,  
Kedah Darul Aman

## ABSTRAK

### KUALITI PERKHIDMATAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM PERBANKAN ISLAM DI NEGERI KEDAH

Objektif utama kajian ini adalah untuk mengkaji pengaruh kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pelanggan dalam perbankan Islam di negeri Kedah. Kajian ini menggunakan enam dimensi kualiti perkhidmatan (Othman dan Owen, 2001; Parasuraman et al. 1991) dengan menggunakan skala 1 - 5 yang diadaptasikan dengan budaya setempat. Manakala pembolehubah kepuasan pelanggan pula menggunakan instrumen yang diadaptasi daripada McDougall dan Levesque (1994) dan Othman dan Owen (2001). Kajian ini memilih dua buah bank yang mengamalkan sistem perbankan Islam iaitu Bank Islam dan Bank Muamalat. Sebanyak 200 borang soal selidik diedarkan, masing-masing 100 responden bagi Bank Islam dan 100 responden bagi Bank Muamalat. Kajian ini menggunakan kaedah persampelan secara selesa (*convenience sampling*). Data yang dikutip telah dianalisis menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Ujian-uji yang digunakan di dalam kajian ini adalah analisis deskriptif, ujian min, ujian-t, analisis varian sehala (ANOVA) dan regresi berganda. Analisis deskriptif menunjukkan skor min kepuasan pelanggan adalah tinggi, begitu juga skor min bagi keseluruhan dimensi kualiti perkhidmatan. Pelanggan bank mengutamakan faktor kepatuhan, jaminan, ketara, kebolehpercayaan, empati dan responsif. Analisis seterusnya mendapati terdapat perbezaan kepuasan pelanggan berdasarkan jantina dan tahap pendidikan. Pelanggan lelaki melaporkan mereka lebih berpuas hati terhadap kualiti perkhidmatan yang disediakan berbanding dengan pelanggan perempuan. Manakala pelanggan yang berpendidikan sekolah menengah lebih berpuas hati diikuti oleh universiti/kolej, sekolah rendah dan sekolah agama. Analisis regresi berganda menunjukkan kualiti perkhidmatan menerangkan 61.4 peratus varian dalam kepuasan pelanggan. Faktor empati, ketara dan responsif merupakan faktor-faktor yang kritikal dalam kepuasan pelanggan. Sementara itu, faktor-faktor yang tidak diutamakan oleh pelanggan adalah faktor kepatuhan, jaminan dan kebolehpercayaan. Kesimpulannya, pelanggan berpuas hati terhadap kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh perbankan Islam. Seharusnya pihak perbankan Islam memberikan perhatian yang khusus dan prihatin kepada pelanggan, menonjolkan kemudahan dari segi fizikal, peralatan dan penampilan kakitangan serta berkeinginan untuk membantu dan menyediakan perkhidmatan yang cepat dan cekap kepada pelanggan. Selain itu, pihak perbankan Islam juga disarankan agar meningkatkan kualiti perkhidmatan supaya dapat memenuhi dan mengikuti prinsip ekonomi dan perbankan Islam, memberikan keyakinan kepada pelanggan dan berkemampuan untuk menunaikan tanggungjawab sebagaimana yang dijanjikan.

## **ABSTRACT**

### **SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION IN ISLAMIC BANKING IN KEDAH**

The main purpose of the study is to examine the service quality that explains the variance in customer satisfaction in the Islamic banking in Kedah. The measurement of service quality was modified and adapted from Othman and Owen (2001) and Parasuraman et al. (1991) with 1-5 scale adapted with local culture. The instrument consists of six dimensions namely compliance, assurance, reliability, tangible, empathy and responsiveness. Meanwhile, the measurement of customer satisfaction was adapted from Othman and Owen (2001) and McDougall dan Levesque (1994). This study chooses two banks that practices Islamic banking; Bank Islam and Bank Muamalat. 200 questionnaires were distributed; 100 questionnaires for bank Islam and Bank Muamalat respectively. The stratified random sampling technique was used to select the respondents. The questionnaires were distributed using sistematic convenient sampling technique. The data gathered were analysed using *Statistical Package for Social Science* (SPSS). The study used descriptive analysis, correlation pearson, means, t-test, ANOVA, and multiple-regression tests. The findings showed that the level of customer satisfaction was high, as well as the overall service quality. The bank customer emphasize compliance, assurance, reliability, tangible, empathy and responsiveness. The result showed that there were significant difference in the customer satisfaction based on gender and education level. The male customer reported that they were more satisfied towards the service quality provided, compared to the female counterparts. In terms of education qualification, secondary school leavers were more satisfied followed by university/college graduate, primary school and Islamic school. Multiple regression analysis indicate that the service quality explained 61.4% of the variance in the customer satisfaction. There were three dimensions of service quality, namely empathy, responsiveness, and tangible considered as the critical factor in the customer satisfaction, and the less emphasized factors were compliance, assurance and reliability. It can be concluded that the customers were satisfied with the service quality provided by the Islamic banking. Special attention should be given to the customers by improving the physical facilities, equipment and the staff appearance, and giving the fast and effective service to the customers. Besides that, the Islamic banks should also improve the service quality to the customer and affordable to fulfill the responsibility as promised.

## PENGHARGAAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah swt. di atas segala rahmat, inayah dan hidayah-Nya dan dengan izin-Nya penyelidikan ini dapat dijalankan dengan lancar dan dapat disiapkan dalam tempoh yang ditetapkan. Selawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. serta para sahabat kerana dengan usaha beliau kita dapat mengecapi nikmat iman dan nur Islam pada hari ini.

Disini saya ingin mengambil kesempatan untuk mengucapkan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih kepada Prof. Madya Dr. Haji Abu Bakar bin Hamed selaku penyelia. Beliau telah menyumbangkan banyak masa dan tenaga dalam membimbing, menasihati dan memberikan tunjuk ajar dalam menyiapkan tesis ini.

Ucapan terima kasih juga kepada pensyarah-pensyarah dan guru-guru yang telah memberikan didikan supaya menjadi insan yang berguna kepada agama, bangsa dan negara.

Selanjutnya saya ucapkan *jazakumullah khairan katsiran* kepada yang tercinta, ayahanda Mat Ali bin Ismail dan Bonda Hajjah Zainab bte Chik, anakanda ucapkan terima kasih yang tak terhingga di atas doa restu, bantuan moral dan material dari buaian hingga akhir hayat ini.

Selain itu, saya ucapkan *jazakumullah khairan katsiran*, kepada kawan-kawan yang telah banyak memberi bantuan moral dan fizikal dalam menyiapkan penyelidikan ini terutamanya Mohd bin Ali, Muhd bin Hasyim, Ahmad Safizal, Muhd Rodhi, Mohd Zailani, Mohd Ridhzuan, Hishamuddin, Badrisham, Abah Jack, Nazman serta rakan-rakan seperjuangan yang lain.

Akhir sekali, saya ingin mengucapkan setinggi-tinggi penghargaan kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelidikan ini samada secara langsung ataupun tidak langsung.

Di atas segala bantuan yang diberikan, sekali lagi saya ucapkan berbanyak terima kasih. Hanya kepada Allah swt. saya berserah, segala budi baik mereka dibalas dengan berlipat ganda.

## SENARAI KANDUNGAN

	Halaman
<b>KEBENARAN MERUJUK KERTAS PROJEK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK (Bahasa Malaysia).....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK (Bahasa Inggeris).....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGHARGAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>SENARAI KANDUNGAN.....</b>	<b>v</b>
<b>SENARAI JADUAL.....</b>	<b>vii</b>
<b>SENARAI GAMBARAJAH.....</b>	<b>viii</b>
 <b>BAB 1     PENDAHULUAN</b>	
1.1     Pengenalan.....	1
1.2     Permasalahan Kajian.....	2
1.3     Objektif Kajian.....	7
1.4     Model Kajian.....	7
1.5     Rekabentuk Kajian.....	10
1.6     Rumusan Kajian.....	11
 <b>BAB 2     Ulasan Karya</b>	
2.1     Pengenalan.....	12
2.2     Kepuasan pelanggan.....	12
2.2.1     Konsep kepuasan pelanggan.....	12
2.2.2     Kajian-kajian lepas tentang kepuasan pelanggan.....	15
2.3     Kualiti perkhidmatan.....	16
2.3.1     Definisi kualiti perkhidmatan.....	16
2.3.2     Kajian-kajian lepas tentang kualiti perkhidmatan.....	21
2.4     Demografi dan kepuasan pelanggan	23
2.5     Kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan.....	24
2.6     Kerangka teori.....	25
 <b>BAB 3     METHODOLOGI KAJIAN</b>	
3.1     Pengenalan.....	28
3.2     Sampel dan Kaedah Persampelan.....	28
3.3     Instrumen Kajian.....	29
3.4     Ujian Kebolehpercayaan.....	32
3.5     Penganalisis Data.....	33



<b>BAB 4</b>	<b>HASIL KAJIAN</b>	
4.1	Pengenalan.....	36
4.2	Analisis Umum Pengumpulan Data.....	37
4.3	Analisis Kekerapan Data.....	37
	4.3.1 Analisa Kekerapan Demografi responden.....	37
	4.3.2 Hubungan Korelasi di antara Pembolehubah.....	41
4.4	Analisis Keputusan .....	42
	4.4.1 Tahap kepuasan pelanggan dan kualiti perkhidmatan.....	42
	4.4.2 Demografi dan kepuasan pelanggan.....	
4.5	Rumusan.....	51
<b>BAB 5</b>	<b>PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN</b>	
5.1	Pengenalan.....	53
5.2	Demografi dan Kepuasan Pelanggan.....	
5.3	Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan.....	55
5.4	Cadangan.....	58
<b>BIBLIOGRAFI</b>		59
<b>SENARAI LAMPIRAN</b>		

## SENARAI JADUAL

		Halaman
<b>Jadual</b>	<b>Tajuk Jadual</b>	
3.1	Bilangan Sub-Soalan Mengikut Dimensi Kualiti Perkhidmatan dalam Perbankan Islam	30
3.2	Tafsiran Pengukuran Kualiti Perkhidmatan	31
3.3	Tafsiran Pengukuran Kepuasan Pelanggan	31
3.4	Ujian kebolehpercayaan mengikut Kajian	32
3.5	Tafsiran Pekali Kolerasi r oleh McBurney (2001)	34
4.1.	Taburan responden berdasarkan demografi	38
4.2	Taburan responden berdasarkan demografi	39
4.3	Nilai Min dan Sisihan Piawai Pembolehubah	40
4.4	Korelasi di antara Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan	41
4.5	Ujian Min Tahap Kepuasan Pelanggan dan Kualiti perkhidmatan	43
4.6	Ujian-t di antara Jenis Perbankan Islam dan Kepuasan Pelanggan	44
4.7	Ujian-t di antara Jantina dan Kepuasan Pelanggan	44
4.8	Ujian-t di antara Agama dan Kepuasan Pelanggan	45
4.9	Ujian-t di antara Bangsa dan Kepuasan Pelanggan	46
4.10	Ujian-t di antara Status Perkahwinan dan Kepuasan Pelanggan	46
4.11	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Umur dan Kepuasan Pelanggan	47
4.12	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Tahap Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan	48
4.13	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan	48
4.14	Ujian Analisis Varian Sehala (One Way Anova) di antara Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan	49
4.15	Analisis Regresi di antara dimensi Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan	50

## SENARAI GAMBARAJAH

		Halaman
<b>Gambarajah</b>		
1.1	Model Kerangka Teori	8
2.1	Model Kano	14
2.2	Model kualiti perkhidmatan Gronroos.	18
2.3	Model Gap	20
2.4	Model Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan dalam Perbankan Islam di Negeri Kedah	26

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Pengenalan**

Malaysia merupakan salah sebuah negara Islam yang berpotensi untuk menjadikan pelaburan Islam sebagai salah satu industri sekaligus membantu pertumbuhan ekonomi negara. Ini adalah berdasarkan kepada beberapa faktor yang dikecapi oleh negara ini pada masa lalu, contohnya: pertumbuhan dalam sektor industri perkhidmatan, polisi pembangunan yang strategik dan peningkatan tahap kemahiran pekerja dalam pelbagai bidang. Namun, faktor yang paling utama ialah kesungguhan pemimpin-pemimpin negara dalam melaksanakan hukum Islam dalam pelbagai aspek seperti politik, sosial dan agama (Syed Othman Alhabshi, 1995).

Gabbie dan O'Neill (1996) mendapati bahawa industri perkhidmatan merupakan industri terbesar dalam aktiviti ekonomi. Pada masa kini, perkhidmatan yang berkualiti menjadi teras kepada organisasi untuk berjaya dalam industri ini. Kesedaran untuk meningkatkan kualiti dalam setiap perkhidmatan yang disediakan bukan lagi menjadi perkara yang mudah malah ia menjadi satu tanggungjawab yang berat kepada organisasi yang menawarkan perkhidmatan tersebut.

Kini, kualiti perkhidmatan memainkan peranan yang penting dalam industri perkhidmatan seperti perkhidmatan perbankan. Ini adalah kerana kualiti perkhidmatan yang baik adalah merupakan salah satu strategi persaingan yang dapat

The contents of  
the thesis is for  
internal user  
only

## BIBLIOGRAFI

- Abdul Rahim Mohd Zin. "Sistem perbankan Islam menggalakkan". (03 Jun 2002). *Utusan Malaysia*, p. 29.
- Aldlaigan, A.H., and Buttle., F.A. (2002). "SYSTRA-SQ : a new measure of bank service quality". *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 13 (4), pp. 362-381.
- Angur, M.G., Natarajan, R., and Jahera, J.S. (1999). "Service quality in the banking industry : an assessment in a developing economy". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17 (3), pp. 116-123.
- Avkiran, N.K. (1994). "Developing an instrument to measure customer service quality in branch banking". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12 (6), pp. 10-18.
- Avkiran, N. K., (1999). "Quality customer service demands human contact". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17 (2), pp. 61-74.
- Bergman, B., and Klefsjo, B. (1994). *Quality : from customer Needs to Customer Satisfaction*. Lund, Sweden, McGraw Hill.
- Bigne, E., Moliner, M. A., and Sanchez, J. (2003). "Perceived quality and satisfaction in multiservice organisations : the case of Spanish public services". *Journal of Service Marketing*, Vol. 17 (4), pp. 420-442.
- Caruana, A. (2002). "Service loyalty : The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction". *European Journal of Marketing*, Vol. 36 (7/8), pp. 811-828.
- Datuk Dr. Syed Othman Alhabshi (1995, February 14-15). *Islamic Fund in Malaysia*. Paper Presented at The Funds Management Industry Conference. Kuala Lumpur.
- DPMM desak pembocor rahsia di hukum. (19 March 2002). *Utusan Malaysia*, p. 2.
- Gabbie, O. and O'Neill, M.A. (1996). "SERVQUAL and the Northern Island Hotel Sector : A Comparative Analysis - part 1". *Managing Service Quality*, Vol. 6 (6), pp. 25-32.
- Gravetter, F.J., and Wallnau, L.B. (1985). *Statistics for the behavioral sciences : a first course for students of psychology and education*. St Paul : West Pub. Co.

- Kotler, P., Ang, S. H., Leong, S. M., and Tan, C. T. (1999). “*Marketing Management : An Asian Perspective*”. ( 8th ed.). Singapore : Prentice Hall.
- Lassar, W., M., Manolis, C., and Winsor, R. D. (2000). “Service quality perspectives and satisfaction in private banking”. *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 (3), pp. 244-271.
- Le Blanc and Nguyen, (1999). “Customers perceptions of service quality in financial institution”. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 6 (4), pp. 7-18.
- Lyon, D, B. and Powers T. L., (2002). “The impact of gender differences on change in satisfaction over time”. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19 (1), pp. 12 – 23.
- Metawa, S., A., and Almossawi, M. (1998). “Banking behavior of Islamic bank customers: perspective and implications”. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16 (7), pp. 299-313.
- McDougall, G., H., and Levesque, T., J. (1994). “Benefit segmentation using service quality dimensions: An investigation in retail banking”. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12 (2), pp. 15-23.
- McBurney, D.H. (2001). “*Research Methods*”. (5th ed.). California : Wadsworth.
- Nguyen, N., and LeBlanc, G. (1998). “The mediating role of corporate image on customers’ retention decisions : an investigation in financial services”. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16 (2), pp. 52-65.
- Nasir, K., and Jamal, A., and Al-Khatib, K. (1999). “Islamic Banking : Study of customer satisfaction and preferences in Jordan”. *Journal of Bank Marketing*, Vol. 17 (3), pp. 135 -151.
- Norafifah and Sudin Haron, (2000). “Perceptions of Malaysian corporate customers toward Islamic banking products and services”. *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 3 (4).
- Othman, A., and Owen, L. (2000). “Adopting and measuring customer services quality (SQ) in Islamic bank: A case study in Kuwait Finance House”, *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 3 (1),
- Othman, A., and Owen, L. (2001), “The multi dimensionality of CARTER model to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking”, *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 3 (4),

- Parasuraman, A., Berry, L., L., and Zeithaml, V. A. (1985). "A conceptual model of SQ and its implications for future research," *Journal of marketing*, Vol 49, pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Berry, L., L., and Zeithaml, V. A. (1988). "SERVQUAL : A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality". *Journal of marketing*, Vol 64, pp. 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L., L., and Zeithaml, V. A. (1991). "Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale". *Journal of Retailing*, Vol 67, pp. 420-450.
- Rahim Abdullah. "Institusi Kewangan dan Pelanggan". (1996, March 18). *Utusan Malaysia*, p. 7
- Ross, L. W., Fleming, R. S., and Frankl, R. (1999). "Gender effect on customer satisfaction with employment services". *Career Development International*, Vol. 4 (5), pp 270 -276.
- Rust, R., T., and Zahorik, A. J. (1993). "Customer satisfaction, customer retention, and market share". *Journal of Retailing*, Vol. 69 (2), pp. 193-215.
- Sudin Haron, Norafifah Ahmad dan Planisek, S.L. (1994). "Bank patronage factors of Muslims and Non-Muslim Customers". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12 (1), pp. 32-40.
- Sureshchandar, G. S., Rajendran, C., and Anantharaman, R. N. (2003). "Customer perceptions of service quality in the banking sector of a developing economy : a critical analysis," *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21 (5), pp. 233-242.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., and Berry, L.L. (1990) *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York.
- Zulkifli Abdulah. "Petugas kaunter sukar senyum akan ditukar". (19 Disember 2003). *Utusan Malaysia*, p. 11.